

AFORIZATION AND EVENT: FOR A DIALOGUE BETWEEN DISCOURSE ANALYSIS AND TENSIVE SEMIOTICS

AFORIZAÇÃO E ACONTECIMENTO: POR UM DIÁLOGO ENTRE A ANÁLISE DO DISCURSO E A SEMIÓTICA TENSIVA

Glauca Muniz Proença LARA
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

RESUMO

Os objetivos deste artigo são constituídos no contexto da importância da influência midiática sobre a sociedade atual. Estabelecendo-se sobre a base teórica da Semiótica Discursiva e da Análise do Discurso de linha francesa, abordam-se a manipulação da informação e a manipulação como estratégia discursiva para atrair a atenção do leitor/ consumidor. De maneira específica, examina-se como se dá esse decurso de manipulação na contemporaneidade e quais as estratégias usadas pelos veículos midiáticos visando o sucesso do acordo tácito que estabelecem com os sujeitos que pretendem manipular.

ABSTRACT

The objectives of this article are constituted from the importance of media influence on today's society context. Settling on the theoretical basis of discursive semiotics and French Analysis of Discourse, this article will approach information manipulation and manipulation as a discursive strategy to attract the reader/ consumer attention. Specifically, it examines how this course of manipulation unfolds in the contemporary world and which strategies are used by media vehicles to succeed in the tacit agreement established with the subjects they intend to handle.

PALAVRAS-CHAVE

Discurso; semiótica e enunciação aforizante.

KEYWORDS

Discourse; Semiotics and aforizing enunciation.

Introdução:

Muito se tem discutido sobre o papel das mídias na sociedade atual. Charaudeau, por exemplo, discorre sobre o tema no livro *Discurso das mídias* (2006), assumindo a posição de que, independentemente das críticas que se possa fazer às mídias, elas desempenham um papel fundamental no âmbito da democracia: o de informar a população sobre fatos e eventos que ocorrem no mundo, fazendo circular explicações sobre eles e abrindo espaço para o debate. Por outro lado, considerando que os cidadãos sempre entram em contato com o fato tal como ele é filtrado pela instância midiática – já que eles nunca têm acesso ao “fato bruto” –, não se pode perder de vista que as mídias escolhem o que tornar visível (e – acrescentamos – determinam o modo como esse visível deve ser “tornado visível”), o que leva Charaudeau (2006, p. 256) a concluir que “as mídias informam deformando”, embora nem sempre haja uma verdadeira intenção manipuladora.

Em trabalhos desenvolvidos mais recentemente (ver, por exemplo, Lara, 2013; 2014), assumimos que as mídias detêm uma considerável “margem de manobra”, ao selecionar a informação a ser veiculada – afinal, escolher anunciar uma notícia é fazê-la existir –, operando recortes nesse material (decidindo o que será ou não excluído, as “vozes” que serão agenciadas ou, ao contrário, silenciadas) e dando-lhe uma organização específica, entre outras possíveis. Preferimos ainda tomar “manipulação” mais no sentido que lhe atribui a Semiótica Discursiva

standard, ou seja, como um fazer-fazer: fazer com que os destinatários comprem a revista e/ou leiam a matéria. Esse termo não implica, portanto, necessariamente, as acepções negativas que o senso comum costuma atribuir-lhe, como usar de má fé ou enganar o outro, embora isso possa ocorrer.

Ora, um dos recursos mobilizados pelas mídias para atrair (ou “manipular” em termos semióticos) o leitor/consumidor encontram-se as *aforizações*. Essa noção, cunhada por Maingueneau (2006, 2008, 2010, 2012), no âmbito da Análise do Discurso francesa (doravante AD)¹, pode ser definida, grosso modo, como “pequenas frases”², isto é, enunciados destacados de um texto que são retomados como títulos, intertítulos ou legendas de foto, com o objetivo maior de “captar” a atenção ou o interesse do público para a informação (o fato, o evento) que se quer veicular.

Nesse sentido, levantamos a hipótese de que as aforizações podem funcionar como um *acontecimento* para o leitor, quando desestabilizam seu contrato de leitura, como ocorre nas falsas capas de revista que analisaremos na seção 3. Como o acontecimento (por oposição à rotina ou exercício) é uma noção central na Semiótica Tensiva³ é desse domínio teórico que convocaremos tal noção, para fazê-la dialogar com

¹ Maingueneau (2004: 202) prefere dizer que seus trabalhos se inserem no âmbito das “tendências francesas de análise do discurso”, que, para ele, caracterizam-se, entre outros aspectos, por se preocuparem não apenas com a função discursiva das unidades, mas também com suas propriedades como unidades da língua e por refletirem sobre os modos de inscrição do Sujeito em seu discurso, mantendo, nesse sentido, uma relação privilegiada com as teorias da enunciação linguística. Por comodidade, manteremos a sigla AD para tratar da aforização.

² Outros autores têm-se voltado para o estudo da “pequena frase”. É o caso de Krieg-Planque (2003) com suas “fórmulas discursivas”. No presente artigo, no entanto, por limitações de espaço, vamos nos ater às contribuições de Maingueneau.

³ É preciso que fique claro que não há, na Semiótica Tensiva, um rompimento com as concepções propostas pela semiótica de primeira geração (aqui chamada *standard*). Na realidade, esse novo campo de investigação constitui um *continuum* em relação à tradição que o precede. Simplificando, poderíamos dizer que enquanto a Semiótica *standard* volta-se para os “estados de coisas”, procurando desvendar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz, a Semiótica Tensiva privilegia os “estados de alma”, trazendo a dimensão do sensível para o âmbito das discussões semióticas e conferindo-lhe papel central nos processos de significação.

a aforização. Em linhas gerais, a estrutura do acontecimento é marcada por um necessário sincretismo entre o *sobrevir* (enquanto modo de eficiência), a *apreensão* (como modo de existência) e a *concessão* (enquanto modo de junção) (Zilberberg, 2007). Nas próximas seções, buscaremos discutir melhor as noções de aforização e de acontecimento, de modo a aproximá-las e a estabelecer um diálogo profícuo entre elas, de acordo com o objetivo maior deste artigo, já expresso no título.

1. Desvendando a teoria

1.1 A aforização em foco: breves considerações

Ao abordar a destacabilidade, Maingueneau (2006) aponta, inicialmente, o grande número de enunciados que circulam na sociedade e que poderiam ser chamados, genericamente, de citações ou fórmulas. Esses enunciados destacados – que o autor passará a chamar de *aforizações*⁴ – podem ser de dois tipos: aforizações primárias (as que são autônomas, como os provérbios e as máximas) e aforizações secundárias (aquelas que são destacadas de um texto) (Maingueneau, 2012: 23). É esse segundo tipo de aforização que nos interessa mais de perto no presente artigo.

No caso das mídias, não é possível determinar se essas “pequenas frases” são assim porque “os locutores de origem as quiseram [...] destacáveis, destinadas à retomada pelas mídias, ou se são os jornalistas que as dizem dessa forma para legitimar seu dizer” (Maingueneau, 2006: 80). Em outras palavras: nada impede que os profissionais das mídias convertam soberanamente em “pequenas frases”, graças a uma manipulação apropriada, quaisquer sequências de um texto, ou mesmo que as fabriquem, em função dos reempregos que delas serão feitos, tendo em vista o jogo de antecipações das modalidades de recepção

⁴ Para justificar o uso desse termo, Maingueneau (2012) admite ter-se inspirado no uso contemporâneo para o qual a noção de *aforismo* remete a uma frase sentenciosa que resume uma verdade fundamental, com a ressalva de que a *aforização*, tal como ele a entende, vai além dos enunciados sentenciosos e se aplica ao conjunto de “frases sem texto”.

(Maingueneau, 2006). Nesse caso, teremos aforizadores produzidos pelo próprio trabalho de citação (que, portanto, não coincidem com os locutores dos textos de origem).

Em suma, no entender do autor, a citação está inscrita no próprio funcionamento da máquina midiática, cujos atores gastam seu tempo destacando fragmentos de textos para convertê-los em citações (para títulos, intertítulos, entrevistas etc) e – acrescentamos – quando não os fabricam eles mesmos com o objetivo último de “captar” a atenção do leitor e garantir o consumo do produto (do serviço, da ideia), orientados pela lógica de mercado, em que os números de vendas e/ou de acessos (no caso da internet) respondem pelo sucesso da publicação.

Em linhas gerais, para Maingueneau (2012: 25), a aforização, sendo uma “frase sem texto”, remete a um tipo de enunciação que obedece a uma outra lógica, distinta da do texto. Do ponto de vista mais imediato, isso significa que ela não é nem precedida nem seguida de outras frases com as quais estaria ligada por relações de coesão, de modo a formar uma unidade textual, ancorada num gênero de discurso. Logo, o que caracteriza a aforização é a recusa em entrar na lógica do texto e do gênero de discurso, o que não significa, por outro lado, que ela seja destituída de contexto⁵.

Cabe ressaltar ainda que as aforizações secundárias podem ser de dois tipos: por destacamento *forte* e por destacamento *fraco*. No primeiro, os enunciados destacados rompem com o texto de origem – ou seja, do ponto de vista do consumidor de mídias, esse texto não existe –, enquanto, no segundo, os enunciados destacados são vizinhos do texto de origem. Portanto, no destacamento fraco, os enunciados mantêm um elo com o texto de origem, embora isso não implique uma fidelidade

⁵ Porém tal “contextualização” é diferente segundo se trate de uma aforização primária (autônoma) ou de uma aforização secundária (destacada de um texto). Esse segundo tipo de aforização é, de fato, tomado em dois contextos efetivos: um contexto fonte e um contexto de recepção, sendo a distância entre esses dois contextos responsável, via de regra, pelas alterações a que o contexto de recepção submetteria o enunciado destacado, ativando, inclusive, potencialidades semânticas outras, para além daquelas presentes no contexto original (Maingueneau, 2012: 25-27).

absoluta.

Sem a intenção de ser exaustivo, Maingueneau (2012: 58) lista alguns índices que orientam para um diagnóstico de aforização: índices textuais (preferência por enunciados constituídos de uma única frase); índices lexicais (presença de verbos como *repetir* e *martelar*, que ressaltam o caráter memorizável da aforização); índices aspectuais (caráter genérico do enunciado); índices sintáticos e prosódicos (construções simétricas, em quiasma...); índices semânticos (presença de tropos: metáforas, paradoxos...), entre outros. O autor, porém, ressalta que a aforização pura não existe, já que cada aforização pertence necessariamente a um tipo e sofre coerções por esse pertencimento (Maingueneau, 2012: 50). Essa observação é importante porque as aforizações que examinaremos na seção 3 têm um funcionamento específico em função do gênero (falsa) capa de revista e do suporte (internet) em que se inserem.

1.2 Acontecimento *versus* rotina: contribuições da Semiótica Tensiva

Conceito oriundo da Semiótica Tensiva, como já foi dito, o *acontecimento* é, segundo Zilberberg (2007: 16), o correlato intenso ou hiperbólico do fato. Este seria, então, o resultado do enfraquecimento das valências paroxísticas de andamento e de tonicidade, que constituem marcas do acontecimento. Enquanto o fato é numeroso, o acontecimento caracteriza-se pela sua raridade; enquanto no fato a carga tímica se encontra dividida, é no acontecimento que ela se concentra.

Com o propósito de deslindar essa noção tão rara quanto importante e de contrapô-la à noção de exercício (ou rotina)⁶, o autor convoca o conceito de modo, distinguindo três espécies – os modos de eficiência, os modos de existência e os modos de junção –, que descreveremos

⁶ Zilberberg (2007) prefere o termo “exercício”, que toma emprestado das análises da pintura holandesa de Claudel. De nossa parte, preferimos “rotina”, termo que usaremos doravante, já que, a nosso ver, ele se enquadra melhor na definição proposta.

brevemente a seguir⁷.

Os modos de eficiência designam a maneira por meio da qual uma grandeza se instala num campo de presença. Se tal processo ocorrer segundo o desejo do sujeito, teremos a modalidade do *conseguir*; se, ao contrário, a grandeza se instalar sem nenhuma espera, denegando, de forma abrupta, os cálculos ou as expectativas do sujeito, entra em jogo a modalidade do *sobrevir*. O sobrevir caracteriza-se, do ponto de vista das subvalências do andamento (intensa) e da temporalidade (extensa), pela subtaneidade e pela brevidade; já o conseguir, pela progressividade e pela longevidade. No que tange à temporalidade, a longevidade, relacionada ao conseguir, é da ordem do *agir* e da paciência, enquanto a brevidade do sobrevir é a do *sofrer*, que o inesperado, de forma precipitada, impõe ao sujeito.

Quanto aos modos de existência, o par diretor é constituído pela alternância entre a *focalização* (ou *foco*) e a *apreensão*. A focalização, definida como ter algo em vista ou esforçar-se para atingir um resultado, subentende o modo de eficiência do conseguir, em virtude do traço imanente “esforço”. A apreensão, por seu turno, remete ao sobrevir: ao estado do sujeito inicialmente espantado, admirado, impressionado e, dali por diante, marcado pelo que lhe aconteceu. Sendo assim, podemos dizer que o sujeito espantado apreende e é ele mesmo apreendido por aquilo que o apreende, pois apreender um acontecimento é, antes de tudo – ou, sobretudo –, ser apreendido pelo sobrevir.

Finalmente, nos modos de junção, tomada aqui como a condição de coesão pela qual um dado é afirmado (e, portanto, de modo distinto da sua acepção usual na Semiótica *standard* em que designa a relação entre sujeito e objeto dos enunciados de estado), distinguem-se um modo *implicativo* e um modo *concessivo*. No caso da implicação, temos

⁷ A presente exposição acerca dos modos de eficiência, de existência e de junção baseia-se em Zilberberg (2007). Dados os limites de um artigo, não nos deteremos muito na caracterização desses modos, remetendo o leitor interessado ao referido texto de Zilberberg (ver referências completas no final).

a fórmula “*se a, então b*”, cujo emblema é o *porque*. Já a concessão tem como emblema a dupla formada pelo *embora* e pelo *entretanto*: “*embora a, entretanto não b*”. Sendo menos rara do que parece, a concessão liga-se duplamente à noção de limite: do ponto de vista da extensão, ela marca o limite, mas, ao mesmo tempo, deve ela própria limitar-se, sob pena de recriar, à sua revelia, uma regularidade que ela vem abalar.

Como foi dito, na Introdução, o acontecimento representa a interseção do *sobrevir* (para o modo de eficiência), da *apreensão* (para o modo de existência) e da *concessão* (para o modo de junção). Como não poderia deixar de ser, seu correlato, a rotina, implicaria, ao contrário, a articulação do *conseguir*, da *focalização* e da *implicação*. O quadro a seguir sintetiza essa discussão:

QUADRO 1: Estrutura do acontecimento e da rotina

determinados → determinantes ↓	rotina ↓	acontecimento ↓
modo de eficiência →	conseguir	sobrevir
modo de existência →	focalização	apreensão
modo de junção →	implicação	concessão

Adaptado de: Zilberberg (2007: 25)

Teríamos, pois, duas grandes orientações discursivas: o discurso da rotina e o discurso do acontecimento, o que nos permitiria já uma primeira aproximação entre as noções de aforização e de acontecimento. Assim, se um enunciado é destacado de um texto (ou se se simula fazê-

lo), isso se dá, em geral, pela carga de impacto que ele carrega, ou seja, por um grau considerável de intensidade. Lembremos que o *acontecimento* é o correlato intenso ou hiperbólico do fato, caracterizando-se, entre outras coisas, pela presença das valências paroxísticas de andamento e de tonicidade (que, no fato, estão enfraquecidas), por sua importância e raridade e, além disso, pela concentração da carga tímica (que, no fato, encontra-se dividida) (Zilberberg, 2007: 16).

Indo um pouco mais além, gostaríamos de defender a ideia de que as falsas aforizações que analisaremos adiante, fabricadas para constar em simulacros de capas de revista direcionadas ao público infanto-juvenil, investem, de forma mais intensa ainda, no discurso do acontecimento. Isso porque elas rompem, por completo, com as expectativas do leitor quanto às chamadas-título “rotineiras” de uma revista convencional, entrando de maneira inesperada, abrupta, no campo de presença do sujeito e apreendendo-o, mais do que sendo apreendida por ele. Assim, se as aforizações que comumente habitam as capas de revistas reais “transformam”, de certa forma, fatos em acontecimentos, atraindo o leitor para as reportagens anunciadas, isso é levado às últimas consequências quando se trata de aforizações “fabricadas” para, no mínimo, indignar o destinatário/leitor. É isso o que procuraremos mostrar na próxima seção.

2. Por uma análise tensiva das aforizações

Como adiantamos na seção anterior, tomaremos como objeto de análise as aforizações que constam de dois simulacros de capas de revista infanto-juvenil, publicadas na internet, mas que, na verdade, foram criadas pela *Catapult*, especialmente para denunciar formas de exploração a que, ainda hoje, são submetidas crianças e adolescentes do sexo feminino. O *site* em questão é responsável por arrecadar fundos para financiar causas

que se relacionem à igualdade de gêneros. As capas que analisaremos foram criadas em março de 2014, em homenagem ao Dia Internacional da Mulher (8 de março), com o mote “Vamos transformar os direitos das meninas e das mulheres em mais do que apenas uma matéria de capa.”.

É importante observar que as duas falsas capas das também falsas revistas, batizadas de *Thirteen* e *Child Bride*, dialogam com capas/revistas reais, não apenas pela intertextualidade dos títulos, já que existem as americanas *Seventeen* e *Brides*, mas, além disso, mantêm, em linhas gerais, o mesmo *lay-out* das capas dessas revistas⁸, num interessante “jogo” linguístico-visual. Não nos alongaremos nessa questão, já que nosso objetivo maior é refletir sobre as aforizações dessas falsas capas, pois são elas, a nosso ver, as responsáveis mais diretas pelo impacto sobre o leitor, ou, dito de outra forma, pelo “efeito de acontecimento”.

Cabe esclarecer ainda que estamos tomando a noção de aforização em sentido mais amplo do que o faz Maingueneau em seus trabalhos, visto que, para ele, a aforização prototípica caracteriza-se, entre outros aspectos, por ser uma citação em estilo direto, o que não ocorre nos enunciados destacados (aforizações) dos simulacros de capa que examinaremos a seguir. No entanto, ao afirmar que a aforização pura não existe e que ela sofre coerções pelo seu pertencimento a um dado tipo, o próprio autor nos dá respaldo (já que o risco é nosso) para abordar as chamadas-títulos das (falsas) capas como aforizações. Vejamos, então, as duas capas⁹:

⁸ Segundo informações da *Wikipedia*, a *Seventeen* foi a primeira revista para jovens lançada nos Estados Unidos (setembro de 1944), tendo como público-alvo leitoras na faixa etária dos 10 aos 17 anos. A *Brides*, por sua vez, comprada pela Condé Nast em 1959, propõe-se a ser uma espécie de guia para quem vai se casar, já que traz informações sobre vestidos de noiva, cerimônias, recepções, lua de mel etc. Informações disponíveis em: http://en.wikipedia.org/wiki/Seventeen_%28American_magazine%29 e http://en.wikipedia.org/wiki/Brides_%28magazine%29, respectivamente. Acesso em: 20/05/2014.

⁹ Disponíveis em: www.catapult.org/coverstories/. Acesso em: 20/05/2014.



Algumas aforizações, tomadas aleatoriamente na primeira capa, são as seguintes:

- Esconda aquelas escoriações com 35 truques fáceis de maquiagem.
- O A a Z do caminho: nosso guia essencial para a vida no inferno.
- As chocantes histórias reais de vida em que você não acreditará, nem a polícia.
- Quem precisa da infância, afinal?¹⁰

No caso da segunda capa, que vem sinalizada como “Edição do Yemen” (o que é compatível com o tipo de vestido de noiva que a “modelo” veste), teríamos aforizações, também tomadas aleatoriamente, como estas:

- 583 histórias de estupro, ataques com ácido e rapto.
- Qual é a idade dele? 60? 70? E outras perguntas que não devem ser feitas.
- Deslumbrantes vestidos de noiva: agora para idades de 7 a 12 anos.
- Segredos de exercícios: você pode entrar em forma para dar à luz aos 14!
- O dia em que seus sonhos acabam.¹¹

¹⁰ Tradução livre de: *Hide those bruises with 35 easy makeup tricks. / The A to Z of “the track” - Our essential guide to life in hell. / The shocking real live stories you won’t believe and the Police won’t either. / Who needs a childhood anyway?*

¹¹ Tradução livre de: *583 tales of rape, acid attacks, kidnapping. / He’s how old? 60? 70? And other questions not to ask. / Dazzling bridal gowns: now for ages 7-12. / Exercise secrets: you can get in shape for giving birth at 14! / The day your dreams are over.*

Salvo pelo olhar triste das duas meninas, o que contrasta vivamente com capas de revistas reais para o público infanto-juvenil, em que as modelos, em geral, apresentam-se sorridentes, manifestando “paixões” como ânimo e alegria (ver, por exemplo, as revistas brasileiras *Atrevida* e *Todateen*), essas capas, ao menos num primeiro momento, poderiam ser tomadas como originais: a primeira apresentaria uma adolescente pronta para ir para a “balada”; a segunda, uma criança com roupa típica do seu país. Nesse segundo caso, o título, que traz a palavra criança (*child*) qualificando noiva (*bride*), pode levar a algum tipo de estranhamento. No entanto, são as aforizações que causam um impacto mais direto sobre o leitor, fazendo-o (re)tomar cada capa, no seu conjunto, como um acontecimento.

A simples comparação com as chamadas-título das revistas *Seventeen* e *Brides*, publicadas no mesmo período¹², nos dá ideia da carga de intensidade/tonicidade (negativa) que as aforizações da *Thirteen* e da *Child Bride* carregam. Vejamos alguns exemplos:

- Pareça linda todo o verão.
- Roupas bacanas, maquiagem bonita & bijuteria divertida.
- Viva seus sonhos! (*Seventeen*, Mars 2014).¹³
- Seu melhor penteado em tempo para o casamento.
- Novos vestidos surpreendentes. Encontre o seu entre eles.
- 735 ideias criativas: bolos, convidados, flores & mais.¹⁴ (*Brides*, Mars 2014).

Contrariamente aos enunciados destacados da *Seventeen* e da *Brides*, que reúnem apenas elementos eufóricos, as aforizações presentes nas falsas capas apresentam figuras, como diria a Semiótica *standard*, que

¹² Disponíveis em: <http://www.popsugar.com/celebrity/Selena-Gomez-Interview-Seventeen-Magazine-March-2014-33670870#photo-33670870> e <http://www.brides.com/brides/TOC>, respectivamente. Acesso em 21/05/2014.

¹³ Tradução livre de: *Look cute all spring. / Cool clothes, pretty makeup & fun jewelry. / Live your dreams!*

¹⁴ Tradução livre de: *Your best hair in time for the wedding. / Amazing new gowns. Find yours inside! / 735 creative ideas: cakes, invites, flowers & more.*

remetem ao tema da violência a que são submetidas as mulheres ainda hoje, sobretudo em certos países (como é o caso do Yemen)¹⁵: *estupro, ataques com ácido, rapto, escoriações, inferno*, para citarmos apenas algumas delas. Em casos como o de “Deslumbrantes vestidos de noiva: agora para idades de 7 a 12 anos.”, ou ainda “Segredos de exercícios: você pode entrar em forma para dar à luz aos 14!”, é a idade precoce das que se vestem de noiva ou dão à luz que choca o leitor.

Diante disso, podemos dizer que o objeto “capa de revista” (com suas aforizações, que funcionariam como chamadas-títulos para as pretensas reportagens das revistas *fake*) entra no campo de presença do internauta/leitor de forma inesperada, ligando-se ao *sobrevir*, enquanto modo de eficiência, e não ao *conseguir*, que se esteia na previsibilidade, apreendendo-o – principalmente, pelo teor imprevisível/imprevisto das aforizações –, mais do que sendo por ele apreendido.

Diferentemente da *focalização* (rotina), que é prospectiva, a *apreensão* (modo de existência do *acontecimento*) é retrospectiva: só nos damos conta dela após sua ocorrência, isto é, após sermos “apreendidos”, surpreendidos por algo, sem que tenhamos tido tempo de focá-lo previamente. É isso que ocorre quando o internauta/leitor, deslocando o olhar da imagem (da foto da “modelo”), detém-se nas aforizações que a acompanham: elas subvertem por completo aquelas que constariam, de fato, numa capa de revista direcionada ao público jovem, como vimos mais acima, apontando para as várias formas de exploração e de violência contra crianças e adolescentes do sexo feminino que ocorrem no mundo, o que, em geral, encontra-se longe das (pre)ocupações do leitor comum. Isso o leva a revisitar e a reinterpretar a imagem – e a capa como um todo – de forma retrospectiva, mudando aquele primeiro olhar um pouco ingênuo que lhe permitiu ver apenas a imagem de duas adolescentes.

¹⁵ Uma lista, divulgada pela Anistia Internacional em março de 2006, incluía 36 países cujas leis discriminavam as mulheres, como a Arábia Saudita, que não permite que as pessoas do sexo feminino votem, ou a Nigéria, onde a violência doméstica fica impune. Informações disponíveis em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u93347.shtml>. Acesso em: 21/05/2014.

Instaura-se, desse modo, a **concessão** (modo de junção), traduzido na fórmula: *embora* se apresente como uma capa de revista (ou um simulacro de capa) com as chamadas-título próprias desse gênero discursivo, trata-se de uma campanha de conscientização, o que foge, por completo, à fórmula “*se a, então b*”, própria da implicação (rotina). Ora, se o **conseguir** tranquiliza-nos quanto às nossas competências (já que atingimos o alvo focalizado) e a **implicação** confirma nossas crenças (ratifica a relação estabilizadora entre causas e consequências), a **concessão**, implicando a violação de alguma regra/lógica, nos assusta. Trata-se, pois, de um verdadeiro acontecimento que desestabiliza esse sujeito-leitor, envolvendo-o em suas “malhas”.

3. Algumas palavras para concluir

Ao romper com os cânones de uma revista convencional e, portanto, com o contrato de leitura (estabilizado na rotina do sujeito), a capa e “suas” aforizações tornam-se um “objeto” que entra de maneira inesperada no campo de presença do internauta/leitor, que, sendo apreendido pelo inusitado da situação, vê romperem, por completo, seus cálculos e suas expectativas quanto ao que seria uma capa de revista infanto-juvenil *standard* e às chamadas-títulos compatíveis com esse (sub) gênero discursivo. Instaura-se, pois, uma lógica de caráter concessivo.

Nesse sentido, considerando que intensidade e extensidade são os eixos centrais da tensividade, poderíamos nos perguntar se a aforização não é, afinal, um todo de sentido compacto e tônico, ou seja, pouco extenso (em termos de espacialidade) e muito intenso (em termos de impacto da informação), sobretudo quando se quer chamar a atenção do destinatário sobre um assunto tão sério e delicado.

A campanha de conscientização reproduzida nessas capas “manipula”, assim, via aforizações, o leitor, tornando-o também responsável por aquilo que denuncia e levando-o a um fazer: ainda que seja simplesmente o de indignar-se com as situações retratadas.

Referências

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

KRIEG-PLANQUE, Alice. **Purification ethnique: une formule et son histoire**. Paris: CNRS Ed., 2003.

LARA, Glaucia M. P. **Passando a aforização em revista**. *Estudos semióticos*, São Paulo, USP. v. 9, n. 2, p. 7-14, 2013. Disponível em: <http://revistas.usp.br/esse/issue/current/showToc>.

LARA, Glaucia M. P. **L'aphorisation dans la presse écrite au Brésil et en France**, *French Journal for Media Research* [en ligne], 2/2014, mis à jour le : 17/07/2014, URL : <http://frenchjournalformediaresearch.com/lodel/index.php?id=374>.

MAINGUENEAU, Dominique. **Escola Francesa de Análise do Discurso**. In: CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. (orgs.). *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, p. 202, 2004.

_____. **Citação e destacabilidade**. In: _____. *Cenas da enunciação*. Org. Sírio Possenti; Maria Cecília P. de Souza-e-Silva. Curitiba, PR: Criar, p. 72-90, 2006.

_____. **L'Énonciation aphorisante**. In: SILVA, Thaís C. ; MELLO, Heliana (orgs.). *Conferências do Vº Congresso da Associação Brasileira de Linguística*. Belo Horizonte: UFMG, 2008. p. 155-164.

_____. **Aforização: enunciados sem texto?** In: _____. *Doze conceitos em análise do discurso*. Org. Sírio Possenti; Maria Cecília P. de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola, p. 9-24, 2010.

_____. **Les phrases sans texte**. Paris: Armand Collin, 2012.

ZILBERBERG, Claude. **Louvando o acontecimento.** *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 13, p. 13-28, jun. 2007.

Recebido em 14/11/2014 e Aceito em 07/03/2015.